

Stratégie de l'industrie du tabac

 Vous vous demandez peut-être quel est le meilleur moment pour vous arrêter de fumer : et bien c'est **maintenant...**

L'industrie du tabac regroupe de nombreuses compagnies internationales. Six d'entre-elles se partagent **99 %** du marché mondiale de la cigarette. Et certaines sont ancrées dans d'autres secteurs d'activité. Philip Morris (marlboro, chesterfield...) par exemple détient Kraftfood (carte noire, grand'mère, tassimo, hollywood...).

Depuis des dizaines d'années, ces sociétés ont toujours prétendues que la cigarette n'était pas nocive alors qu'il savait que c'était faux. Tout a été fait pour que leur commerce reste **rentable** :

- acheter des scientifiques pour **désinformer** l'opinion publique (Ragnar Rylander)
- utiliser des acteurs pour faire la **promotion** du tabac dans des films (S. Stallone dans Rocky par exemple)
- mise en place de visuels de paquets "fun" pour **attirer** une clientèle plus jeune
- distribution d'échantillons **gratuits** au cours de soirées ou en boîtes de nuit
- mise en place de paquets de 10 cigarettes plus adaptés au budget des jeunes
- création de cigarettes **parfumées** : la vanille, au chocolat, la fraise ou au caramel
- lobbying des instances politiques

Et sachant que la population masculine est celle qui consomme de moins en moins de tabac, la cible **privilégiée** aujourd'hui est la **femme** : qui l'on représente la cigarette comme un moyen :

- d'émancipation
- d'égalerité avec les hommes
- de minceur

Les jeunes femmes de 16 à 25 ans (38%) et de 26 à 35 ans (36,3%) sont celles qui fument le plus.

Une autre méthode pour faire de la cigarette un produit **tendance** est de décliner la marque en créant des produits dérivés :

- camel boots
- marlboro classic
- chesterfields café
- raid gauloises

Et **profiter** de l'exposition et de la notoriété de événements sportifs pour faire du sponsoring : la formule 1 par exemple (west, benson-hedges...).

Les lois anti-tabacs de plus en plus contraignantes en Europe et aux Etats-Unis, l'enjeu majeur des industriels est d'élargir leurs offres vers les pays émergents comme la Chine ou les pays développés ou il n'est pas rare de voir des enfants vendre des cigarettes ; l'unité.

About the Author

 Michel Seaume

Infopreneur

3 vidéos gratuites ici

<http://info-concept-tabac.com>